

Diseño, fabricación y comercialización de calzado especializado a la medida

Erick Mancini Restrepo Tuta

Profesor
Luz Adriana Castañeda Moreno
Docente Líder de Opción de Grado en Emprendimiento

Institución Universitaria Minuto de Dios
Opción de Grado NRC 50-50088
Administración de Empresas Modalidad Distancia
Septiembre, 2022

Tabla de Contenido

	Pág.
1. Resumen Ejecutivo.....	9
1.1 Palabras Claves	9
1.2 Abstrac	10
1.3 Keywords	10
2. Identificación del Modelo de Negocio	11
2.1 Objetivo General.....	11
2.2 Objetivos Específicos.....	11
2.3 Justificación	11
2.3 Antecedentes	14
2.4 Concepto de negocio.....	15
a. Descripción de la idea de negocio y modelo bussiness canvas.....	15
2.5 Alcances y limitaciones	17
3. Plan Estratégico.....	17
3.1 Misión, visión y Valores Corporativos	17
3.2 Análisis del entorno y sector.....	18
a. Análisis PESTEL.....	19
b. Diamante PORTER	19
c. Objetivos corporativos, generales, específicos (ventas, participación, rentabilidad o posicionamiento	20
4. Estudio del Mercado.....	21
4.1 Mercado potencial.....	21

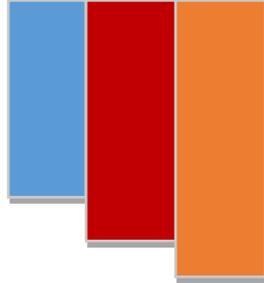
4.2 Segmentación del mercado	21
a. Tipo de investigación.....	21
b. Población.....	21
c. muestra	22
d. Instrumento.....	22
e. Resultado de la investigación de mercados	22
f. Bayer Person.....	33
4.2 Necesidades que espera satisfacer	34
4.3 Análisis de la competencia.....	34
a. Directa e indirecta y productos sustitutos.....	34
5. Marketing MIX	37
5.1 Estrategia de Producto o Servicio	37
5.2 Estrategia de Distribución.....	38
5.3 Estrategia de Precio.....	38
5.4 Estrategias de comunicación y promoción	39
5.5 Ventaja competitiva	39
6. Estudio técnico u operación	40
6.1 Descripción del Proceso.....	40
a. Ficha técnica del producto	40
c. Capacidad Instalada	44
d. Tiempos y Movimiento	45
6.2 Diseño de la planta.....	45
6.3 Recursos necesarios para la operación optima.....	46

7. Análisis Financiero.....	47
7.1 Proyección de ventas.....	47
a. Tamaño del mercado	47
b. tabla de proyección de ventas y justificación	47
c. Participación del mercado	48
d. Política de Cartera.....	48
7.2 Inversión y financiación.....	48
a. Costos y gastos de operación.	48
b. Balance General	50
b. Plan de inversión	52
d. Flujo de caja proyectado a 5 años	52
7.3 Evaluación de proyecto.....	53
a. VAN	53
b. TIR	53
c. Liquidez.....	53
d. Rentabilidad.....	54
e. Punto de equilibrio	54
7.4 Impactos	55
a. Impacto económico	55
b. Impacto social	55
c. Impacto ambiental.....	55
8. Estructura Organizacional	56
8.1 Organigrama y perfiles	56

8.2 Constitución de empresa y aspectos legales	58
a. Normatividad empresarial (Construcción de empresa)	58
b. Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos) ..	58
c. Normatividad laboral.	59
d. Registro de marca – Propiedad intelectual	62
e. Clasificación CIU	62
8.3 Gastos de puesta en marcha.	62
9. Conclusiones	63
Referencias.....	64

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Localidad donde viven los encuestados</i>	24
Tabla 2 <i>Edades los encuestados</i>	24
Tabla 3 <i>Requerimientos en el calzado de los encuestados</i>	30
Tabla 4 <i>Tabla de análisis de la competencia</i>	34
Tabla 5 <i>Análisis de la calidad de los competidores</i>	36
Tabla 6 <i>Ficha técnica</i>	41
Tabla 7 <i>Total Micro y macroprocesos por área</i>	43
Tabla 8 <i>Macroprocesos por área</i>	43
Tabla 9 <i>Micro procesos por área</i>	44
Tabla 10 <i>Proyección de ventas al año</i>	47
Tabla 11 <i>Tabla de Costos directos de fabricación</i>	49
Tabla 12 <i>Costos Indirectos de Fabricación</i>	49
Tabla 13 <i>Tabla de Gastos Operacionales</i>	50
Tabla 14 <i>Balance General</i>	51
Tabla 15 <i>Plan de Inversión Total</i>	52
Tabla 16 <i>Plan de Inversión Mobiliario</i>	52
Tabla 17 <i>Proyección de 5 años para el flujo de caja</i>	53
Tabla 18 <i>Razones de Liquidez</i>	53
Tabla 19 <i>Rentabilidad del Negocio</i>	54
Tabla 20 <i>Punto de equilibrio</i>	54



Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Diagrama Concepto de negocio</i>	16
Figura 2 <i>Modelo Canvas</i>	16
Figura 3 <i>Análisis Pestel</i>	19
Figura 4 <i>Diamante de Porter</i>	19
Figura 5 <i>Aceptación de entrevistado</i>	23
Figura 6 <i>Genero de los encuestados</i>	25
Figura 7 <i>Tipo de calzado Utilizado por los Hombres</i>	26
Figura 8 <i>Tipo de calzado Utilizado por los Mujeres</i>	26
Figura 9 <i>Frecuencia de compra de zapatos</i>	27
Figura 10 <i>Disponibilidad de inversión</i>	27
Figura 11 <i>Expectativas a la hora de comprar calzados</i>	28
Figura 12 <i>Donde Comprar Zapatos los encuestados</i>	29
Figura 13 <i>Encuestados que requieren especificaciones en sus zapatos</i>	30
Figura 14 <i>Aceptación de los servicios Propuestos</i>	31
Figura 15 <i>Disposición de utilizar nuestros productos</i>	32
Figura 16 <i>Como le gustaría recibir información de nuestros productos</i>	32
Figura 17 <i>Perfil del Cliente ideal</i>	33
Figura 18 <i>Precio de venta de la competencia</i>	35
Figura 19 <i>Clasificación de Calidad de la competencia</i>	36
Figura 20 <i>Diseño del empaque</i>	37
Figura 21 <i>Partes del calzado</i>	40

Figura 22 <i>Diagrama de flujo</i>	42
Figura 23 <i>Planta Física</i>	46
Figura 24 <i>Recursos necesarios para la operación</i>	46
Figura 25 <i>Organigrama</i>	56

1. Resumen Ejecutivo

La compañía de calzado RUNNES, en la actualidad se dedica a la fabricación y comercialización de calzado en la ciudad de Bogotá, no obstante, esta investigación tiene como objetivo viabilizar la creación una nueva línea de zapatos que ofrezca un producto enfocado en la confección, producción y comercialización de una línea de calzado especializado a la medida, para aquellas personas que presenta dificultades en la adquisición de zapatos que se adecuen a sus necesidades físicas y que ayuden a mitigar sus molestias de sus pies.

Por otro lado, lo que se pretende es proyectar a RUNNES a incursionar en un nuevo mercado de calzado en Bogotá, por lo que la nueva línea estará acompañada de la implementación estrategias de mercadeo a través de las distintas herramientas tecnológicas y demás canales digitales de modo que le permita abarcar mayor espacio en mercado.

Por lo tanto es importante establecer criterios que definan la viabilidad de la creación de una nueva línea de negocio, que permita una mejor toma de decisiones financieras y administrativas para RUNNES.

1.1 Palabras Claves

Patología, Podología, Estrategia, Mercadeo, Distribución, Comercialización, Guarnición
Solador, Modelista, Emplantillado

1.2 Abstrac

The history of footwear industry in Colombian has been one the best in the International Markets, favoring for your stood out ant quality. So, the purpose of this work is to analyze the whole aspect of the creative process of a new line of shoes for Calzado RUNNES. This analysis began with the antecedents of the market and the justification for implementation. Moreover, RUNNES will study market strategies that are intended to be implemented to launch a new catalog targeted towards people with foot problems.

In this new market, RUNNES must be able to meet the rentability, and all other financial aspects that fall within their means. Finally, we decide if the business is impact from a social, economic, and environmental standpoint.

1.3 Keywords

Wellness, pathology, chiropody, feet pain, Strategy Market, specialized footwear, Custom Footwear, Footwear.

2. Identificación del Modelo de Negocio

2.1 *Objetivo General*

El Objetivo general, es analizar la viabilidad de una nueva línea de calzado especializado hecho a la medida; zapatos que satisfagan las necesidades de aquellos clientes que precisan de un calzado con características específicas y que además les permita gozar de diseño, material, confort y la calidad que representa al calzado de la compañía RUNNES.

2.2 *Objetivos Específicos*

- Realizar un estudio de mercado de calzado especializado hecho a la medida en la ciudad de Bogotá, para obtener información y un análisis del producto en el mercado actual.
- Definir el modelo de negocio para la una nueva línea de calzado
- Diseñar estrategias de mercado de acuerdo con las necesidades de las personas que sufren de enfermedades o patologías de los pies.
- Determinar la viabilidad de inversión financiera, costos de producción, personal especializado y flujo de caja para la nueva línea de calzado especializado a la medida.

2.3 *Justificación*

RUNNES es un pequeño negocio dedicado a confeccionar y comercializar calzado, desde hace poco más de 10 años en Bogotá DC, en la localidad se San Cristóbal, sur de ciudad. El

propósito de este estudio es viabilizar un nuevo producto, que le permita a RUNNES aumentar sus ingresos, ofreciendo una línea de calzado para un grupo de personas con necesidades específicas.

Pretende hacer una investigación con el fin de reconocer los factores fundamentales para lanzar una nueva línea de calzado que mitigue el impacto de algunas patologías de pies y que por lo tanto limitan su movimiento o desmejoran de alguna manera la calidad de vida de las personas que las aquejan. Según lo indica un análisis realizado por (López, 2010) las patologías de los pies son uno de los problemas más comunes que pueden derivarse aspectos hereditarios, abuso y negligencia en el cuidado de los pies y malos hábitos. Entre las patologías más conocidas encontramos las articulares, musculares, esqueléticas, ortopédicas, metabólicas, vasculares, neuropáticas o dérmicas. Además, existen un gran número de enfermedades que no son relacionadas directamente con patologías de los pies, tales como el estrés, diabetes, obesidad y trastornos cardiovasculares, que genera riesgo de enfermedad en los pies, pero por su naturaleza, hacen que las personas que las padecen precisen de un calzado especial para aliviar su incomodidad. (García, 2012)

Lo más significativo en el tema están relacionado a características sociodemográficas y estilos de vida (Lopez, 2010) manifiesta que los malos hábitos en el cuidado de los pies y el mal uso del calzado, puede generar molestias o malformaciones en los pies (MedicalNewsToday, S.F). Según (Andes, Clinica Universidad de los, 2022) la mayoría de esos problemas pueden prevenirse o aliviarse, utilizando un calzado adecuado que se ajuste a la forma del pie y la necesidad de cada persona.

Así que, la investigación de los temas nos sirve como insumo para la creación de una nueva línea de calzado que se ajuste a las necesidades podológicas, segmentar el nicho de mercado, con el fin de generar una estrategia de marketing y así lograr un valor agregado al catálogo ya existente

en la empresa. Por lo tanto, como manifiesta (Roman, 2004) las empresas deben ser competitivas y orientadas a buscar nuevas líneas de productos en respuesta a las necesidades de un segmento de la población aquejada por temas de salud.

Adicional a lo anterior, la proyección de expansión del sector del calzado tuvo un año 2021 con un incremento de 73% de importaciones según un reporte de la Asociación Colombiana de Industriales de Calzado, en Cuero y sus Manufacturas (ACICAM) y espera que su producción durante el año 2022 incremente un 5% en su producción. (Camara de Comercio de Bogota, 2022). Por lo que se considera de gran importancia este incremento de en mercado, dado que se considera como una oportunidad de ingreso importante para negocio. además, vemos condiciones favorables en el gremio que vive en la actualidad, pues según (Sectorial.co, 2022) donde se hace referencia a la destinación de 1.69 billones a compras de calzado Colombia, por lo que sugiere un aumento de más del 11% comparado con el mismo periodo en el 2021. Adicionalmente se establece una recuperación en el sector del calzado, cuero y marroquinería en nivel de exportaciones, con un 16% de exportaciones totales a nivel nacional, llegando a 69 países (Sectorial.co, 2022). Por ejemplo (Observatorio de Desarrollo Económico, 2014) El país ha firmado hasta la fecha múltiples acuerdos comerciales, bajo la forma de TLC u otros tratados comerciales, muchos de los cuales ya están vigentes.

Esta nueva línea de mercado estará impulsada mediante la inclusión de las nuevas tecnologías, de acuerdo con (Narvárez Álvarez, 2022) donde expresa que la era de la tecnología ha venido creciendo durante los últimos años, con el uso de los canales digitales que permiten a los usuarios, comprar, vender, pagar y realizar transacciones de una manera más fácil y con un costo bajo.

2.3 Antecedentes

La Historia del calzado da referencia a que es un accesorio de gran importancia para una persona. (Moreno, 2020). “Los primeros zapatos eran a menudo simples "bolsas de pie" de cuero en forma de vendajes para proteger los pies de la abrasión de las piedras, los escombros, el agua y el frío”, y es por lo que nos profundizaremos en el cuidado, no solo de los pies en general, sino también en que puedan aliviar ciertas molestias a los pies, que les permita desarrollar sus actividades diarias de una manera normal y puedan llevar una mejor calidad de vida. Los tamaños del calzado pueden variar de acuerdo con el pie del usuario, a su vez hacen parte importante de la vestimenta como cualquier otra (Perez & Gardey, 2017).

Otro aspecto de la historia del calzado enfocado en el mercado nacional, hace alusión a la industria del calzado en la ciudad de Bogotá, el cual nace en uno de los barrios más tradicionales en la confección y comercialización de zapatos en el país, el barrio el Restrepo, el cual se encuentra asociado desde un aspecto cultural de la ciudad como un punto de comercio tradicional, donde uno de sus insumos característicos era el cuero con el que eran fabricados sus zapatos que en aquel inicio se confeccionaban de manera artesanal. Dichos materiales y la mano de obra artesanal proporcionaban un producto duradero y confiable a comparación del calzado que se comercializa en la actualidad, el cual está constituido con materiales sintéticos que no ofrecen la misma garantía ni durabilidad del producto.

La elaboración de calzado a una medida específica para cada cliente ha sido una estrategia de venta de calzado en el Restrepo desde hace muchos años atrás aproximadamente entre los años 1975 y 1990, lo que permitió la creación de pequeños talleres de zapatos y almacenes que ofrecen este tipo de calzado de tipo individual o hecho a la medida para necesidades particulares a los Bogotanos. (Gomez, Vasquez, & castaño, 2018) La producción creciente y la competitividad ha

llevado a las empresas colombianas a fabricar calzado con valor agregado. Para este caso el valor agregado es dar la brindar al cliente un acompañamiento y un asesoramiento especializado, con el fin de que pueda obtener los zapatos adecuados según sea su necesidad, basados en la planeación y uso de los materiales acordes a los requerimientos podológicos según un estudio sobre la aplicabilidad de metodología en la industria del calzado, publicada por la (Universidad Tecnica de Ambato, 2021).

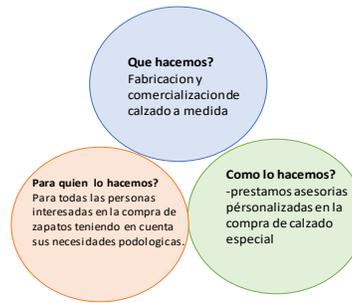
A su vez (Servicio Nacional de Aprendizaje, 2021) adelanta un estudio que plantea la creación de calzado a medida, que garantice la estandarización de las medidas de los colombianos, pues menciona en su artículo que muchos de los zapatos que utilizamos son fabricados basándose en estándares europeos y americanos. Por lo que este proyecto apunta a conseguir la medida de los pies de cada persona de modo que permita ofrecer las comodidades necesarias para afrontar lo cotidiano de una ciudad como Bogotá. Por ejemplo, una persona invierte entre 53 minutos y más, en desplazarse de un lugar al otro, por lo que al tratarse de un año sería algo así como 26 días (La Republica, 2022), eso en los mejores escenarios, pues para muchas de las personas se trata de una odisea total y en muchos de los casos estos viajes deben hacerse de pie, por lo que genera un mayor cansancio y una mayor exposición a problemas derivados de esta índole.

2.4 Concepto de negocio

a. Descripción de la idea de negocio y modelo bussiness canvas

Buscamos diseñar y fabricar zapatos a la medida, que nos permitan suplir las exigencias y las necesidades de esas personas que por motivos anatómicos requieren el uso de calzado de medida especial, que cuente con toda la comodidad y diseño a su gusto.

Figura 1 Diagrama Concepto de negocio



Nota. Diagrama concepto de negocio. Fuente. Propia

Modelo Canvas

Figura 2 Modelo Canvas

<p>Socios Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> *Empresas dedicadas a la comercialización de Cueros *Empresa dedicada a la comercialización de Suelas *Empresa dedicada a la comercialización de productos de zapatería en general * Empresas dedicadas a desbastado, troquel y estampado de cueros. * Tiendas comercializadoras de elementos ortopédicos o similares. 	<p>Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> * Fabricación de Calzado a medida * Fabricación de Calzado con especificaciones especiales Remodelación de calzado en general * Modelar nuevos estilo de Zapatos según requerimientos del cliente 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> * Oferta de Calzado a medida, junto con acompañamiento y asesoramiento personal, de mano de personal experto en el ámbito del calzado. 	<p>Relación con los Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> *Oferta de calzado según su gusto, tendencia, materiales. *Oferta de Calzado a un buen precio. Oferta de una asesoría especializada. 	<p>Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> * Personas con de limitante físico que le impida utilizar zapatos normales. * Personas que tengan algún requerimiento medico que requiera la utilización de zapatos a medida y/o especiales *Personas de edad entre los 30 y 70 años *Personas que vivan en el sur de Bogotá. *Personas con nivel de estrato 1, 2 y 3.
	<p>Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> * Taller Especializado en la Confección y fabricación de Calzado * Moldes y hormas *Maquinas de Guarnición, anchadora, de pegado de suelas. *Personal altamente medicamente calificado. * Personal con basta experiencia el la elaboración de calzado. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> * WhatsApp Bussiness *Oferta en paginas de Facebook e Instagram * Tarjetas y materia POP *Referidos de clínicas ortopédicas. *Punto de fabrica. 	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> * Pago de nomina * Pago de Servicios Públicos * Pago de arriendo * Pago a proveedores 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pagos Parciales (pedido y contra entrega) *Pagos Contra entrega *Pagos por otros servicios (remodelación y /o adecuaciones de calzado) 		

Nota. Modelo Canvas Fuente. Propia

2.5 Alcances y limitaciones

El propósito de analizar la puesta en marcha de una nueva línea de zapatos para la empresa RUNNES, basada en la producción de calzado especializado y enfocado a un grupo específico de la población, con el fin de atender la necesidad de esos clientes que, por su estilo de vida, o por circunstancias medicas así lo requiere. No obstante, aunque se pretende explorar en todos los ámbitos que conlleva ese tipo de calzado de tipo especial, nos limita la ventaja competitiva que presentan ciertos países asiáticos, y en especial China, que está basada en una estructura socio laboral existente en naciones subdesarrolladas, con costos laborales muy bajos y que les permiten la comercialización de sus productos a un menor precio que los que se manejan actualmente en Colombia (Reyes-Vasquez, Aldas-Salazar, Morales-Perrazo, & García-Carrillo, 2016)

Adicionalmente, en la actualidad los fabricantes de calzado y demás empresas manufactureras enfrentan problemáticas como la escasez de materias primas para el calzado y el incremento de los precios, derivados de una mayor exportación hacia otros países, la inflación y otras situaciones que conllevan a un alza constante en los valores de venta. (Camara de Comercio de Bogota, 2022).

3. Plan Estratégico

3.1 Misión, visión y Valores Corporativos

Misión: Satisfacer a nuestros clientes con altos estándares de manufactura colombiana, ofreciendo un calzado que se ajuste a las necesidades que presentan las personas con afectaciones en sus pies, satisfaciendo las necesidades de consumo.

Visión: Ser reconocidos a nivel nacional como una de las mejores empresas del mercado, en la fabricación y comercialización de calzado especializado a la medida, ofreciendo calidad, comodidad y costos asequibles.

Valores corporativos: Destacados por incentivar el profesionalismo, la innovación en poder brindar toda su experiencia para la creación de nuevas líneas que se ajusten a las necesidades de los clientes, la responsabilidad en la entrega de cada uno de sus trabajos, la honestidad en brindar a sus clientes lo mejor de sus productos, con materiales altamente durables y que contribuyan a la comodidad esperada y la calidad humana, mediante las asesorías a cada persona, brindándoles toda la información y la experiencia como base fundamental que ha recogido RUNNES durante todos estos años en el mercado. Igualmente, de la responsabilidad social y ambiental, mediante el mejoramiento de los procesos internos y la implementación de procedimientos que mitiguen el uso desmedido de materiales no renovables.

3.2 Análisis del entorno y sector

El análisis del entorno nos permitirá la identificación de aquellas fortalezas y debilidades de la compañía RUNNES, a nivel económico, social, cultural y tecnológico frente a la producción y comercialización de la nueva línea de calzado especializado en Bogotá y basados en los resultados, la elaboración de la planificación estratégica y el desarrollo de esta.

Se implementarán herramientas que permiten identificar algunos de los riesgos, tales como los riesgos internos, así como de los externos, con el fin de determinar los requisitos que tiene el mercado y poder evaluar la oferta.

a. Análisis PESTEL

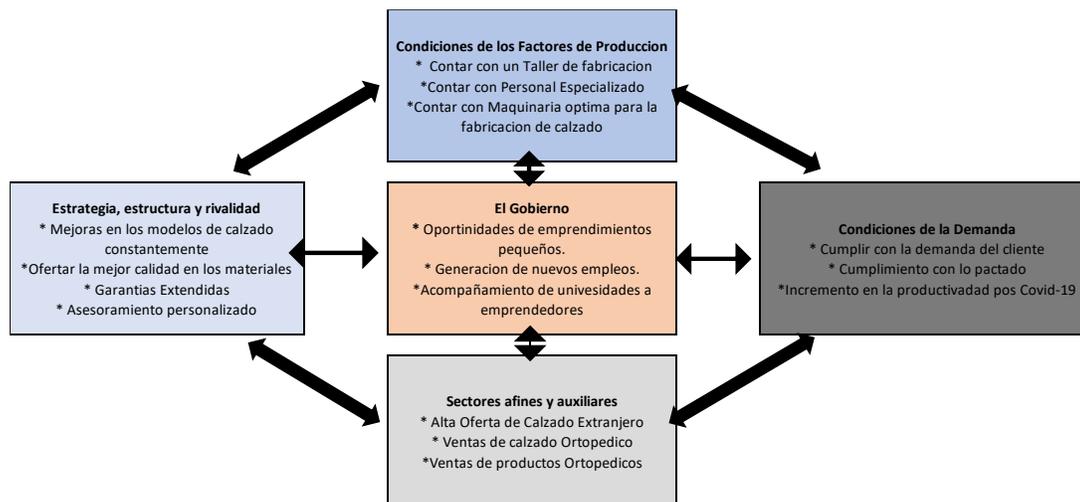
Figura 3 Análisis Pestel

P	E	S	T	E	L
1. El gobierno nacional y la alcaldía de Bogotá, gracias a una alianza entre la secretaria de desarrollo económico e Impulsa, fomenta el crecimiento de los negocios Locales después de la pandemia. 2. Las políticas de libre comercio, dificulta la competitividad en valor.	1. La reactivación económica después del COVID - 19, nos dará la oportunidad de lanzar nuestro producto. 2. La inflación afecta los precios de las materias primas.	1. Los problemas de pies, son bastante comunes en las personas mayores. 2, Las circunstancias emergentes han hecho cambios en la forma de vestir y calzar de las personas del común.	1. Podemos ofrecer nuestros productos mediante redes sociales. 2. El acceso de venta mediante las redes nos ayudara a mejorar nuestro marketing. 3. Podemos llegar a más personas. 4. Podemos encontrar más competidores que se presentan de manera similar. 5. Posibilidad de ofrecer nuestros productos sin tener una tienda física	1. Los climas de la Cuidad de Bogotá, son favorables para el uso de un calzado que proporcione comodidad. 2. Pese a la costumbre de utilizar tenis, hay personas que siguen prefiriendo los zapatos como primera opción.	1. Contará con empleados pagados según lo establecido por el gobierno nacional. 2. Se contará con las políticas debidas conforme a la inclusión.

Nota. Análisis Pestel Fuente. Propia

b. Diamante PORTER

Figura 4 Diamante de Porter



Nota. Diamante PORTER Fuente. Propia

c. Objetivos corporativos, generales, específicos (ventas, participación, rentabilidad o posicionamiento)

La industria del calzado está basada en un conjunto de acciones que va desde el diseño, la fabricación hasta la comercialización del producto final, que abarca todo tipo de zapatos, para todo pie. Mediante la implementación de una nueva línea de negocio se pretende es lograr un posicionamiento en el mercado para RUNNES mediante estrategias de:

Ventas: Las estrategias establecidas será el enfoque principal para el posicionamiento de RUNNES dentro del mercado y sus productos. Estas ventas serán impulsadas mediante la venta convencional que es personal, como la empresa actualmente lo hace (basada en un acompañamiento y asesoramiento, persona a persona) Además, se estima implementar las estrategias de ventas incluyendo las nuevas tecnologías (venta en redes sociales, internet, etc.)

Participación: La industria manufacturera es una de las categorías con más crecimiento en lo corrido del año, con un 29,2 comparado con el mismo periodo del 2021 (El Espectador, 2021). Basados en la misión y la Visión de RUNNES se estima una participación en ventas que le permita una sostenibilidad durante los siguientes años. Así que no se tiene un estimando porcentual de participación en el mercado establecida.

Rentabilidad: La fabricación de calzado a la medida está fundamentada en la fabricación de manera artesanal, por lo que el beneficio obtenido de la operación derivada del ejercicio del diseño, fabricación y comercialización de calzado será de por lo menos el 30% libre de todos los costos y gastos. Se estima este porcentaje teniendo en cuenta alcanzar el punto de equilibrio.

4. Estudio del Mercado

4.1 Mercado potencial

Este grupo se encuentra conformado por hombres y mujeres mayores de 30 años de la ciudad de Bogotá, que presentan molestias en sus pies tales como: Lesiones de punto de apoyo y alteraciones anatómicas. Y que buscan un zapato cómodo que ofrezca las características necesarias, que ayude a mitigar las dolencias y desarrollar sus actividades diarias normalmente.

4.2 Segmentación del mercado

El segmento está conformado por hombres y mujeres, con un rango de edad entre los 30 y los 70 años y que viven principalmente en la ciudad de Bogotá, que sufren de lesiones de punto de apoyo, alteraciones anatómicas o alguna patología en los pies.

a. Tipo de investigación

La investigación mixta permite recopilar la información cualitativa, que pretende indagar en información con datos específicos como: edades, genero, donde viven, preferencias de calzado, etc. Esta información nos permite determinar las características generales de nuestros posibles clientes.

En cuanto a la investigación cuantitativa permite la recolección de datos numéricos, sobre cuantas personas requieren de algún tipo de especificación, cada cuanto compran zapatos y otro tipo de información que será de base para la proyección de ventas y aceptación del producto.

b. Población

Teniendo en cuenta que las personas después de los 30 años comienzan a mostrar indicios de patologías en los pies, y que a medida que va pasando los años las personas son más propensas a sufrir de dichas enfermedades, por lo tanto, se recopila la información en la Ciudad de Bogotá:

Según (Observatorio de Bogotá, 2022) la población de personas entre los 30 y 70 años son 8.077.116 de los cuales 3.764.838 son hombres, y un total de 4.312.278 de mujeres en el año 2022.

c. muestra

Las patologías de los pies son uno de los problemas más comunes en la actualidad, por lo que se estima que por lo menos un 70 % de personas sufren de alguna enfermedad de pie. Teniendo en cuenta esto, si multiplicamos la población total de personas mayores de 30 años en la ciudad de Bogotá x 70%, el resultado total de la muestra es de 5.653.981, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 7%, nos da como resultado que el tamaño de la muestra es de 196 encuestas a realizar.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

d. Instrumento

La encuesta permite el levantamiento de información primordial para el estudio a realizar. Está compuesta por 14 preguntas de selección múltiple, que se realizara a personas mayores de 30 años en la ciudad de Bogotá.

En el siguiente enlace se puede visualizar la encuesta:

https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=64W6sVOiZ0Se6NT47U3zAE2XwvSy3jdMvos0_l65dRURUE3NVhSU1BUTVU5MU5ZUVpSRIBKQVpENy4u

e. Resultado de la investigación de mercados

La encuesta estructurada para RUNNES con el fin de conocer aspectos importantes para analizar la viabilidad de lanzar una nueva línea de calzado para la empresa, que nos permitió

obtener una adecuada referencia acerca de la situación del consumo y las necesidades de 196 encuestados:

1. Autorizo

El 100% de los encuestado leyó y autorizo el uso de datos:

Figura 5 *Aceptación de entrevistado*



Nota. Gráfico de aceptación de entrevista Fuente. Propia

2. ¿En qué Localidad vive?

Las localidades con más número de encuestados es San Cristóbal con 41, seguida de Usme con 40, después: Antonio Nariño con 17, después: Santa Fe con 15, después: Rafael Uribe Uribe con 15, después: Chapinero con 11, , después: Tunjuelito 10, después: Bosa con 10, después: Engativá con 8, Usaquén con 7, después: Kennedy con 7, después: Suba con 5, después: Barrios Unidos con 3, después: Ciudad Bolívar con 3, Fontibón con 2, después: Puente Aranda con 1, después: Los Mártires con 1 y por ultimo Teusaquillo, candelaria y Sumapaz con 0 , para un total de votación de 196. Por lo tanto, se puede analizar que más de 79% de encuestados pertenecen a los estratos 1,2 y 3.

Tabla 1 Localidad donde viven los encuestados

Localidades	Porcentaje
Antonio Nariño	9%
Barrios Unidos	2%
Bosa	5%
Chapinero	6%
Cuidad, Bolívar	2%
Engativá	4%
Fontibón	1%
Kennedy	4%
Los mártires	1%
Puente Aranda	1%
Rafael Uribe Uribe	8%
San Cristóbal	21%
Santa Fe	8%
Suba	3%
Tunjuelito	5%
Usaquén	4%
Usme	20%
Total general	100%

Nota. Tabla de la Localidad donde viven los entrevistados Fuente. Propia

3. ¿Cuál es su edad?

Del total de los encuestados el 72% está representado por personas entre los 30 a 50 años.

Tabla 2 Edades los encuestados

Edad	Total %
30	3%
31	2%
32	6%
33	7%
34	3%
35	5%
36	2%
37	2%
38	6%
39	4%
40	4%
41	3%
42	2%
43	4%
44	6%
45	7%
46	2%
47	2%
48	2%
49	1%
50	3%
51	2%
52	1%
53	2%
54	4%
55	2%
57	1%
58	2%
59	2%
60	3%
61	2%
62	3%
63	1%
64	1%
65	1%
66	1%
67	1%
68	1%
69	1%
70	1%
Total general	100%

Nota. Tabla de las edades de los encuestados Fuente. Propia

4. ¿Género?

Del total de los encuestados el 54% fueron mujeres, mientras que el 46% restante fueron hombres Revisar gramática y ortografía

Figura 6 *Genero de los encuestados*

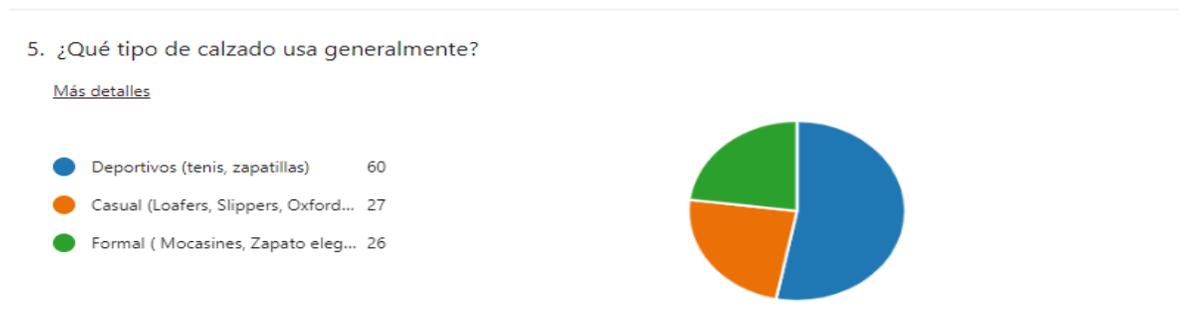


Nota. Gráfico de clasificación de genero de los encuestados Fuente. Propia

5. ¿Qué tipo de calzado usa generalmente?

Los hombres utilizan más zapatos deportivos con una votación del 53% seguida de los zapatos casuales con 24% y calzado Formal con 23%.

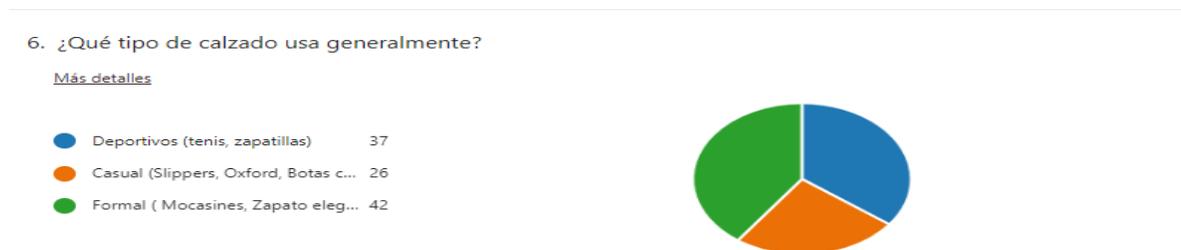
Figura 7 Tipo de calzado Utilizado por los Hombres



Nota. Gráfico del calzado que prefieren los hombres encuestados Fuente. Propia

Mientras que las mujeres prefieren utilizar más zapato formal el cual tuvo del 40%, seguido de calzado deportivo con un 35% y un por último calzado casual con el 25% restante.

Figura 8 Tipo de calzado Utilizado por las Mujeres



Nota. Gráfico del calzado que prefieren las Mujeres encuestadas Fuente. Propia

6. ¿Cada cuanto compra zapatos?

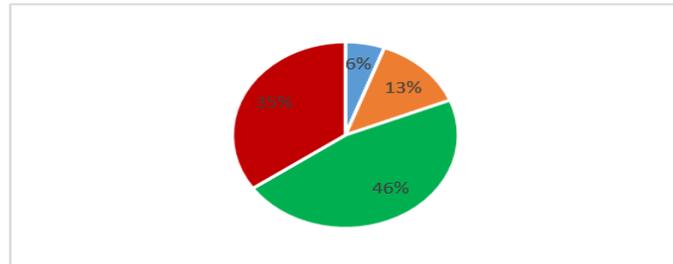
El 46% de los encuestados afirma que compra zapatos semestralmente que representa a 91 personas, seguido de anualmente con 35% que son 68 personas y 13 % que son 26 personas que dijeron que compran trimestralmente y un 6% mensual que son 11 personas.

Figura 9 Frecuencia de compra de zapatos

7. ¿Cada cuanto compra zapatos?

[Más detalles](#)

- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente



Nota. Gráfico del Frecuencia con la que compran zapatos los encuestados Fuente. Propia

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un par de zapatos que le brinde confort?

El 27 % de las personas dijeron que estarían dispuestas a pagar entre 160 mil pesos a 180 mil, seguido del 26 % de personas dijeron que estarían dispuestas a pagar entre 120 mil hasta 140 mil pesos, luego esta 24 % de personas dijeron que estarían dispuestas a pagar entre 181 mil hasta 200 mil pesos, luego esta luego esta 16 % de personas dijeron que estarían dispuestas a pagar entre 141 mil hasta 160 mil pesos y por último el 6% estaría dispuesta a pagar más de 200 mil por un par de zapatos.

Figura 10 Disponibilidad de inversión

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un par de zapatos que le brinde confort?

[Más detalles](#)

● Entre 120 mil a 140 mil pesos	51
● Entre 141 mil a 160 mil pesos	32
● Entre 161 mil a 180 mil pesos	53
● Entre 181 mil a 200 mil pesos	48
● Entre 201 mil pesos y mas	12



Nota. Gráfico de cuanto está dispuesto a pagar el encuestado por un par de zapatos Fuente. Propia

8. ¿Que busca a la hora de elegir su calzado?

Lo que espera el cliente a la hora de obtener un par de zapatos nuevos es comodidad con un 71%, seguido de diseño con 55%, precio con 45%, asesorías con 31% y el 15% manifiesta que tanto la comodidad, el diseño, el precio y las asesorías son importantes en la adquisición de un par de zapatos nuevo.

Figura 11 Expectativas a la hora de comprar calzados

9. ¿Que busca a la hora de elegir su calzado?

[Más detalles](#)

● Comodidad	140
● Diseño	108
● Precio	90
● Asesoría y buena atención	62
● Otras	3



Nota. Gráfico de que expectativa tiene el cliente cuando busca un par de zapatos nuevos Fuente. Propia

9. ¿Dónde compra sus zapatos generalmente?

Las personas prefieren o suelen comprar los zapatos en centros comerciales con un 41%, seguido de puntos de fábrica con 22%, tiendas de zapatos especializados / Ortopédicos con 19%, catálogos y revistas 11% y finalmente tiendas virtuales o internet 7%.

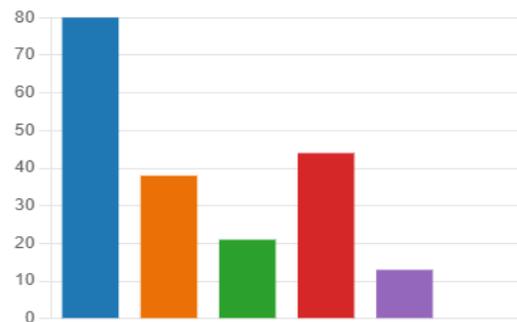
Figura 12 *Donde Comprar Zapatos los encuestados*

10. ¿Dónde compra sus zapatos generalmente?

[Más detalles](#)

[Información](#)

Centro Comercial	80
Tiendas de Zapato Especializad...	38
Catalogo o revistas	21
Puntos de Fabrica	44
Tiendas virtuales / Internet	13
Otras	0

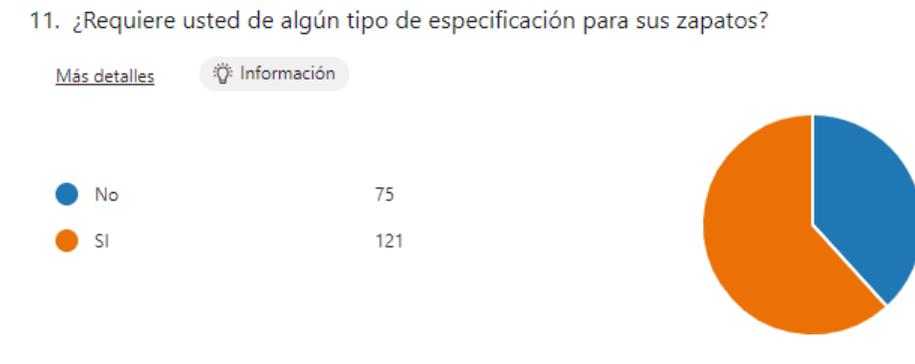


Nota. Gráfico de donde compran los zapatos los encuestados Fuente. Propia

10. ¿Requiere usted de algún tipo de especificación para sus zapatos?

El 62% de votantes manifestó que, si requerían de alguna especificación en sus zapatos, mientras que el 38% manifestó que no lo requería.

Figura 13 Encuestados que requieren especificaciones en sus zapatos



Nota. Gráfico del número de encuestados que requieren alguna especificación en sus zapatos Fuente. Propia

11. ¿Qué especificación requiere?

Los entrevistados manifestaron que sus zapatos requerían de alguna especificación especial, enlistada de la siguiente manera:

Tabla 3 Requerimientos en el calzado de los encuestados

Etiquetas de fila	Recuento de Hora de finalización
Con plantilla ortopédica	1%
Un zapato más alto que el otro	7%
Un zapato más grande que el otro	7%
Zapatos con anchos en la parte de adelante	23%
zapatos con empeine más alto	24%
Zapatos con plantillas especiales (ortopédicas)	22%
Zapatos con soporte en la curvatura del pie	1%
Zapatos con talla superior a la comercial	15%
Total general	100,00%

Nota. Tabla de que especificaciones requieren sus zapatos los encuestados Fuente. Propia

12. ¿Qué tan importante es para usted los siguientes servicios que tenemos previsto poner a su alcance?

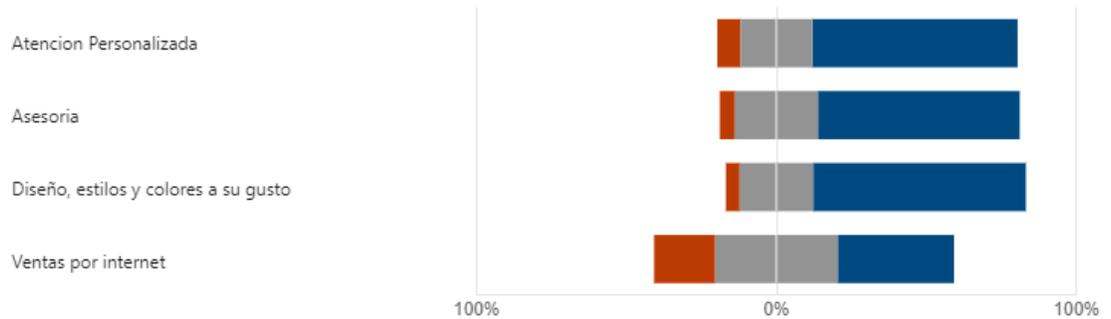
La atención Personalizada obtuvo 68 %, asesoría obtuvo de 67%, diseño 70% y ventas por internet un 38% de aceptación entre los encuestados.

Figura 14 *Aceptación de los servicios Propuestos*

13. Qué tan importante es para usted los siguientes servicios que tenemos previsto poner a su alcance?

[Más detalles](#)

■ Poco ■ medio ■ Mucho



Nota. Gráfico de la aceptación de los servicios que pretende formular RUNNES Fuente. Propia

13. ¿Estaría dispuest@ a usar nuestros productos?

El 98 % de personas encuestadas manifiesta que estaría dispuesta a utilizar nuestro producto

Figura 15 Disposición de utilizar nuestros productos

14. ¿Estaría dispuest@ a usar nuestros productos?

[Más detalles](#)

Información

● SI	193
● NO	3



Nota. Gráfico de la aceptación a utilizar los productos de RUNNES Fuente. Propia

14. ¿Como le gustaría recibir información sobre nuestros productos?

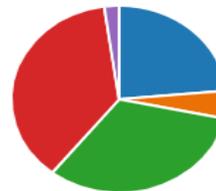
Los encuestados manifiestan que prefieren recibir información sobre nosotros con catálogos virtuales con 51% y físicos con 44% con una mayor votación seguido de correo electrónico 32% y mensajes de texto con 6% y otros medios electrónicos como WhatsApp con 6%.

Figura 16 Como le gustaría recibir información de nuestros productos

15. ¿Como le gustaría recibir información sobre nuestros productos?

[Más detalles](#)

● Correo Electrónico	64
● Mensaje Texto	13
● Catalogo Físico	88
● Catálogo Virtual	101
● Otras	6

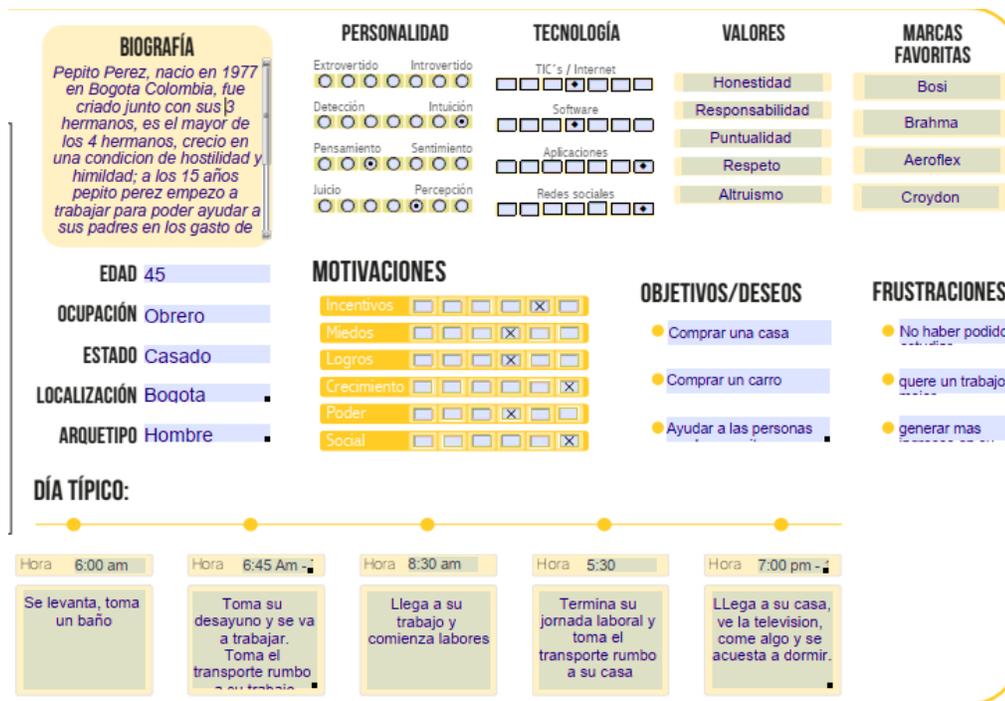


Nota. Gráfico de aceptación de catálogo de RUNNES Fuente. Propia

f. Bayer Person

El cliente ideal para esta línea de negocio ofrecido por RUNNES, es un hombre o mujer entre los 40 y 45 años, intuitivo, pensante, tiene valores fundamentales como son la honestidad, responsabilidad, puntualidad, respeto y es altruista. Es un obrero que trabaja hace muchos años en una empresa, está casado y vive en Bogotá. Tiene objetivos como todos, pero en especial ahora tener una casa para vivir con su familia. Sus mayores frustraciones son no haber podido estudiar, por lo tanto, no poder tener un mejor trabajo que le ayuden a cumplir sus objetivos.

Figura 17 Perfil del Cliente ideal



Nota. Perfil de cliente ideal de RUNNES Fuente. Propia

4.2 Necesidades que espera satisfacer

El estilo de vida y su comportamiento son algunos factores determinantes en temas de salud de cada ser humano, estos afectan la calidad de vida debido a conductas o malos hábitos, a enfermedades o patologías, la genética, el envejecimiento, entre otros. La nueva línea de calzado especializado de RUNNES tiene como objetivo satisfacer las necesidades de este grupo de personas brindando: comodidad, calidad, alivio al dolor o molestias al caminar o al estar de pie.

4.3 Análisis de la competencia

a. Directa e indirecta y productos sustitutos

Se escogieron 4 empresas del sector de calzado los cuales presentan similitudes en la oferta de sus productos, con el objetivo de analizar qué tan competente es RUNNES frente a la calidad y el precio del producto que se pretende ofrecer.

Tabla 4 *Tabla de análisis de la competencia*

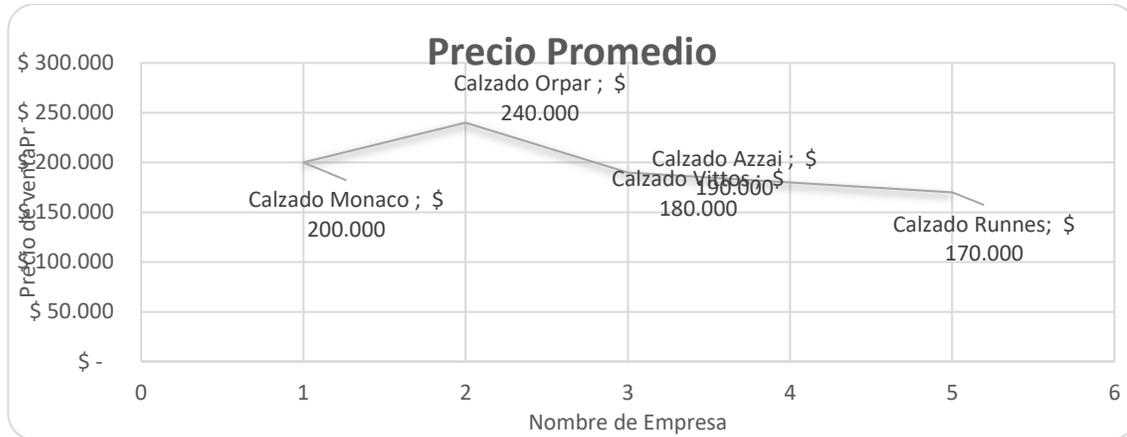
Empresa	Localización	Canales de distribución	Oferta	Menor	mayor	Mediana	Calidad
Calzado Monaco	Barrio El Restrepo Cra. 20 #17-44 Sur	Tienda Física	Calzado Masculino Femenino	\$ 150.000	\$ 250.000	\$ 200.000	4
Calzado Orpar	Barrio El Restrepo Carrera 24B # 17A-31	Tienda Física	Calzado Elegante de Hombre	\$ 180.000	\$ 300.000	\$ 240.000	4
Calzado Azzai	Barrio El Restrepo Carrera 22A # 19-98	Tienda Física	Calzado Masculino Femenino	\$ 150.000	\$ 230.000	\$ 190.000	3
Calzado Vittos	Barrio El Restrepo Carrera 19 C 22 65 SUR	Tienda Física	Calzado Casual Masculino Femenino	\$ 180.000	\$ 220.000	\$ 200.000	3
Calzado Runnes	Barrio Altamira Calle 43 Sur 13 -08	Tienda Física, Online	Calzado Masculino Femenino	\$ 140.000	\$ 200.000	\$ 170.000	4

Nota. Tabla de análisis de la competencia Fuente. Propia

Precio: en el siguiente grafica vemos como está el comportamiento de los precios ofrecidos por los competidores de RUNNES por lo que se puede establecer que es una empresa que por su

naturaleza de costos de producción y operación sus valores pueden ser más bajos que sus competidores.

Figura 18 Precio de venta de la competencia



Nota. Precio Promedio de venta de la competencia Fuente. Propia

Calidad: En la siguiente tabla podemos ver la competitividad que tiene RUNNES frente a los demás fabricantes de calzado con características similares. Es importante aclarar que la calificación de 1 equivale a bueno y 0 a malo, y se detalla de la siguiente manera: Para el caso del material de la capellada se toma en cuenta la calidad de los materiales utilizados, por lo tanto, se da una calificación de 0 a las empresas que fabrican sus productos con cueros sintéticos, esto debido a que estos materiales no garantizan la durabilidad. Por otro lado, los materiales de las suelas como son TR o Caucho se califican con 1 y 0 para las empresas que utilizan otros materiales como Eva y expansion. Adicional a esto, se tuvieron en cuenta factores como la garantía, que está directamente relacionada con la post venta, y la atención al cliente que define factores como la atención a los clientes, la estructura de sus tiendas físicas, etc.

Tabla 5 Análisis de la calidad de los competidores

Empresa	Material de capellada	Suela	Garantía	Atención al cliente	Precios
Calzado Mónaco	1	1	1	1	1
Calzado Orpar	1	1	1	1	0
Calzado Azzai	0	1	1	1	1
Calzado Vittos	1	0	0	1	1
Calzado Runnes	1	1	1	1	1

Nota. Análisis de la calidad de los competidores Fuente. Propia

Teniendo en cuenta la Tabla anterior gráficamente RUNNES se muestra por encima de la competencia con 5 puntos junto con Calzado Mónaco.

Figura 19 Clasificación de Calidad de la competencia



Nota. Calificación de la calidad de la competencia Fuente. Propia

5. Marketing MIX

5.1 Estrategia de Producto o Servicio

La atención personalizada bajo el acompañamiento de un ortopedista o personal profesional en temas de podología con el propósito de entregar al cliente un calzado que satisfaga las necesidades de comodidad, calidad y que este acompañado de la confección y diseño de una tradición hace irremplazable cada tipo de calzado entregado.

Además, ofrecemos un empaque práctico en bolsas de almacenamiento, que permite el cuidado del zapato. Adicional a ello, pensando en la postura y dificultad que pueden presentar algunas personas al ponerse los zapatos, se hace entrega de un calzador que permitirá la entrada del pie de manera mucho más ágil y que evite que el cliente lastime sus pies o dañe su calzado.

Figura 20 *Diseño del empaque*



Nota. Imagen del empaque del zapato y calzador. Propia

5.2 Estrategia de Distribución

Se estima un tiempo de entrega mínimo de 5 días y máximo de 15 días, esto depende de factores tales como: El tiempo de duración de entrega de materias primas por parte del proveedor, la disponibilidad de insumo y las especificaciones del zapato. Así mismo, el cliente tendrá la oportunidad de escoger entre, recoger el calzado en el almacén o que se le entregue en su domicilio directamente. Para el caso de las entregas a domicilio, dependiendo de la distancia a recorrer, se hará uso de aplicaciones de entrega de paquetes.

Por otro lado, el cliente tendrá la oportunidad de conocer nuestros catálogos en las tiendas ortopédicas asociadas a nuestro negocio, mediante catálogos físicos entregados por el personal de las tiendas, o podrá recibirlo mediante redes sociales, correos electrónicos u otros medios digitales.

5.3 Estrategia de Precio

Los Competidores en este momento tiene una oferta de calzado a la medida entre 150 mil a 250 mil, estos valores están definidos teniendo en cuenta sus costos, no solamente de fabricación, sino que además de costos indirectos como arriendo de locales en zonas comerciales del Restrepo. Es por lo tanto que RUNNES puede manejar valores en sus productos un poco más bajos que la competencia sin que interfiera con la calidad del producto ofrecido.

Además, teniendo en cuenta que para todos los casos sus medidas son diferentes, y que por lo tanto los costos son variables, la estipulación de precio depende directamente del nivel de esfuerzo requerido y el requerimiento de materiales.

5.4 Estrategias de comunicación y promoción

Las estrategias de comunicación son acciones programadas que se implementan dentro de RUNNES teniendo en cuenta las necesidades y los intereses de los clientes, que tiene como misión el logro de los objetivos. El propósito es posicionar la nueva línea de mercado que se pretende lanzar y la cual es objeto de este estudio. Por lo tanto, se establece mecanismos que nos facilite: promover, proyectar y promocionar la idea de negocio, utilizando herramientas físicas y digitales.

Material de POP: Se entregará publicidad a las tiendas ortopédicas asociadas a RUNNES, con el propósito que sean entregadas a clientes y posibles clientes.

Estados de redes WhatsApp: Se harán publicaciones mediante estados diarios para la promoción de productos y servicios.

Estados en Facebook e Instagram: Se harán publicaciones mediante estados diarios para la promoción de productos y servicios.

Catálogos Digitales: La entrega de catálogos digitales, se hará mediante redes sociales, correos electrónicos u otros medios de comunicación a los cuales tenga acceso el cliente.

5.5 Ventaja competitiva

La empresa RUNNES ya lleva varios años en el mercado ofreciendo a sus clientes una gran variedad de calzado que va desde lo deportivo hasta lo elegante, siempre destacado por hacer la utilización de los mejores materiales en el mercado, que garantizan la durabilidad de su producto por varios años, y lo ha posicionado como uno de los mejores en el sector donde trabaja, esto acompañado de precios Asequibles. Sin embargo, si queremos hablar de las ventajas que tiene la empresa de cara a sus competidores, expuesta en un apartado anterior, y teniendo en cuenta la oferta que tienen en sus catálogos, cada uno se especializa en un producto específico del mercado. RUNNES demuestra un mayor catálogo, debido a que puede manejar muchas líneas de calzado

para toda ocasión, para hombres y mujeres. Esto como resultado de una experiencia de sus trabajadores de más de 30 años en la fabricación de calzado, que permite a la empresa esa diversificación.

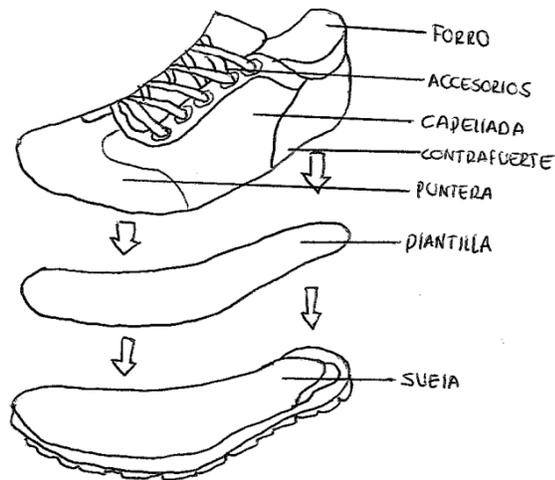
6. Estudio técnico u operación

6.1 Descripción del Proceso

a. Ficha técnica del producto

En la Siguiete figura vemos las partes principales de un zapato, y la composición de materiales de cada uno de ellos.

Figura 21 Partes del calzado



Nota. Descripción de las partes que compone un zapato Fuente. Propia

Tabla 6 *Ficha técnica*

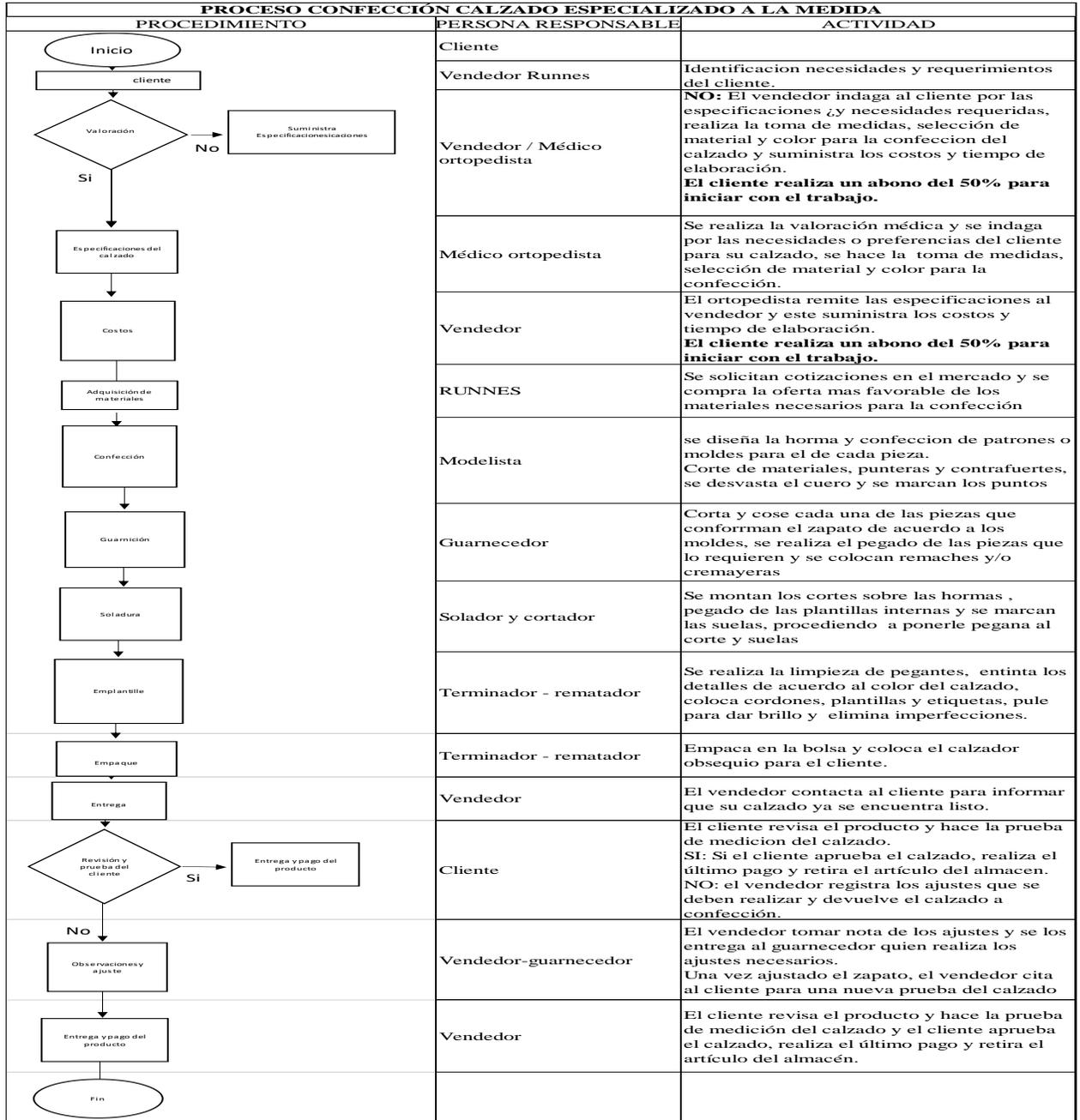
Ficha Técnica	
Item	Material
Capellada	Cuero
Suela	TR - Caucho
Forro	Cuero Badana
Plantillas	Odena
Accesorios	Metalicos

Nota. Canales de Comunicación Fuente. Propia

Las materias primas que se utilizan para las capelladas de los zapatos son de cuero, los forros igualmente se hacen de cuero de badana el cual es un tipo de cuero más delgado de lo común y que permite una mejor manipulación, los herrajes son principalmente elaborados en metales tales como aluminio y acero inoxidable, estos herrajes se conocen generalmente como pasa cordones y son los que permiten enlazar los cordones para que el usuario se ajuste los zapatos. Por otro lado, encontramos suelas de alto impacto y durabilidad hechas en caucho o TR que es una variante al caucho que hace que tenga una mayor adherencia al piso evitando resbalones y un mayor desgaste y por ende deterioro prematuro. Las plantillas están hechas por lo general de Odena que es un material resistente a la humedad y al impacto, esta viene forrada con una espuma o material llamado Eva que brinda un acolchado y una mayor comodidad al usuario.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo de producción de un par de zapatos, que va desde el primer contacto con el cliente hasta la entrega del producto posteriormente.

Figura 22 Diagrama de flujo



Nota. Figura del proceso de flujo de procesos Fuente. Propia

Tabla 7 Total Micro y macroprocesos por área

Área	No. de macroprocesos	No de microproceso
Area de Ventas	2	13
Modelista	2	8
Compras	4	11
Area de Corte	5	14
Area de guarnicion	2	10
Area de soladores	9	26
Area de enplantillado y al	3	9
	27	91

Nota. Tabla de los macro y micro procesos asignados a cada área Fuente. Propia

Tabla 8 Macroprocesos por área

Área	No. Macroproceso	Macroproceso Operación	Tiempo Min.
Área de ventas	1	Asesora al cliente	90
	2	Selección final del producto	100
Modelista	1	Modela el diseño elegido	265
	2	Selección de los materiales Óptimos	140
Compras	1	Realiza las cotizaciones	350
	2	Realiza la compra	300
	3	Recibe las materias primas comprada	760
	4	Entrega al área de corte	40
Área de Corte	1	Corte de piezas de cuero	5
	2	Corte de forros	1,5
	3	Corte de contrafuertes y trompas	2
	4	Marcado de piezas	1,5
	5	Desbastado de cuero	1,5
Área de guarnición	1	Dobles de piezas	3,5
	2	Unión de piezas de cuero y forros	14,5
Área de soladores	1	Ajustar las Hormas según el requerimi	31
	2	Modificar las Plantillas según el reque	11
	3	Preformar, figurar y montar el corte e	21,5
		Secado	0
	4	Cardar el cuero y marcar la suela	7
	3	Aplicarle Activador a la suela	13
		Secado	0
	6	Aplicar pesante Maxon a la superficie	16
		Secado	0
7	Calentar las suela y el corte de cuero	2	
8	unir la suela con el corte	2	
9	Sacar el zapato de la horma	1	
Área de enplantillado y almacén	1	Limpiar y quitar excesos de pegante	3,5
	2	Colocar accesorios (cordones, aplique	1
	3	Empaque (zapato en bolsa y calzador	1,5
Área de ventas	1	Contacto con el cliente	9
	2	Entrega del producto	15
	3	Recibo de pago	10
Total Promedio Minutos			2219
Total Promedio Horas			37
Promedio en días			5

Nota. Tabla de los Macroprocesos asignados por área Fuente. Propia

Tabla 9 Micro procesos por área

Área	No	Macroproceso Operación	Microproceso	Tiempo Min.
Área de ventas	1	Asesora al cliente	Ponerse en contacto con el cliente	30
	1		Examinar requerimientos podológico	30
	1	Selección final del producto	Toma de medidas o especificaciones	30
	1		Ofrecer el catalogo	30
	1		Selección de Estilo o diseño	30
	1		Selección de Materiales	30
1		Establecer precios, lugar y fechas de	10	
		Total Minutos Área de Ventas	190	
Modelista	1	Modela el diseño elegido	Verificación de medidas	45
	1		modelar el diseño con horma	70
	1	Selección de los materiales Óptimos	Lanzamiento imagen previa	90
	1		Impresión de moldes	60
	1		Revisar catalogo de Cueros	60
	1		Revisar catalogo de Suelas	60
1		Entrega de la solicitud al área de compra	20	
		Total Minutos Área de Modelado	405	
Compras	1	Realiza las cotizaciones	Toma de la solicitud	10
	1		Realizar cotizaciones	320
	1	Realiza la compra	Realizar el pedido	20
	1		Establecer recibo de materias	150
	1	Recibe las materias primas compradas	Establecer pago	150
	1		Recepcion de materias primas	700
1	Entrega al área de corte	Revisión y conteo de elementos compra	30	
1		hacer el pago	30	
		Seleccionar los materiales	30	
		hacer entrega de los materiales al área	10	
		Total Minutos Área de Modelado	1450	
Área de Corte	1	Corte de piezas de cuero	Tomar el cuero	1
	1		Ubicar el molde en el cuero	2
	1	Corte de forros	Trazar con cuchilla	1
	1		Tomar el Material de forro	0,5
	1		Ubicar el molde en el cuero	0,5
	1		Trazar con cuchilla	0,5
	1	Corte de contrafuertes y trompas	Tomar la fibra	1
	1		Ubicar el molde en el cuero	0,5
	1	Marcado de piezas	Trazar con cuchilla	0,5
	1		Tomar el cuero	0,5
1	Desbastado de cuero	Ubicar el molde en el cuero	1	
1		Tomar el cuero	0,5	
		Colocación en la maquina desbasta	1	
		Total Minutos Área de Corte	11,5	
Área de guarnicion	1	Dobles de piezas	Tomar las piezas de cuero	0,5
	1		Aplicar solución o pegamento	1
	1	Union de peizas de cuero y forros	Hacer lo dobles en las esquinas	2
	1		Tomar las piezas de cuero	0,5
	1		Armado de Puntera	2
	1		Armado de Talonera	2
	1		Colocacion de remaches	3
	1		Armado de forro	3
1		Colocacion de forros	4	
		Total Minutos Área de Guarnicion	18	
Área de soldadores	1	Ajustar las Hormas según el requerimiento	Tomar medidas de la Horma Estanc	3
	1		Elegir el material de Relleno	3
	1		Modelar los anchos de las Hormas	15
	1	Modificar las Plantillas según el requerimiento	Pegar los Anchos a las Hormas	10
	1		Elegir el material de la Plantilla	3
	1		Poner la plantilla en la Horma	3
	1	Preformar, figurar y montar el corte en la horma	Figurar la Plantilla	5
	1		Poner la Plantilla de Odena en la horma	2
	1		Figurar	2
	1		Engrudar y poner las punteras y co	2
	1		Montar el corte en la horma	5
	1		Colocar puntillas de fijacion	0,5
	1	Cardar el cuero y marcar la suela	Secado del químico	10
	1		Marcar el espacio de la suela	3
	1		Pulir el cuero	4
	1	Aplicarle Activador a la suela	Aplicar activador a las suelas	1
	1		Secado	12
	1	Aplicar pesante Maxon a la superficie	Aplicado de pegante	4
1	Secado		12	
1	Calentar las suela y el corte de cuero	Colocar las suelas y el corte en la horma	0,5	
1		Calentar las superficies	1,5	
1	Unir la suela con el corte	Enfrentar la suela con el corte	1	
1		Meter a la Maquina de pegado a pr	1	
1	Sacar el zapato de la horma	Tomar el calzado terminado	0,5	
1		Sacarle la horma	0,5	
		Total Minutos Área de Guarnicion	104,5	
Área de enplantillado y almacen	1	Limpiar y quitar excesos de pegante	Tomar los Zapatos	0,5
	1		Aplicar limpiador	2
	1	Colocar accesorios (cordones, aplique)	Aplicar tinta neutra	1
	1		Tomar los Zapatos	0,5
	1		Colocar accesorio	0,5
1	Empaque (zapato en bolsa y calzador)	Tomar los Zapatos	0,25	
1		Tomar la Bolsa	0,25	
		Meter los zapatos y el calzador a la	1	
		Total Minutos Área de Enplantillado	6	
Área de ventas	1	Contacto con el cliente	Revisión del Producto	2
	1		Llamada al cliente	5
	1	Entrega del producto	Programar cita	2
	1		Entregar el Producto al cliente	15
		Recibir el Dinero	10	
Total Procesos	91		Total Minutos Área de Ventas	34

Nota. Tabla de los micro asignados a cada área Fuente. Propia

c. Capacidad Instalada

Teniendo en cuenta la cantidad de máquinas, infraestructura y mano de obra de la empresa en este momento, además de los tiempos ya establecidos para el ensamble en general y otros factores tales como el secado de los pegantes y los otros químicos que hacen parte del proceso,

definimos que la capacidad Instalada de RUNNES en este momento es de por lo menos 12 pares de zapatos diarios terminados y listo para entregar.

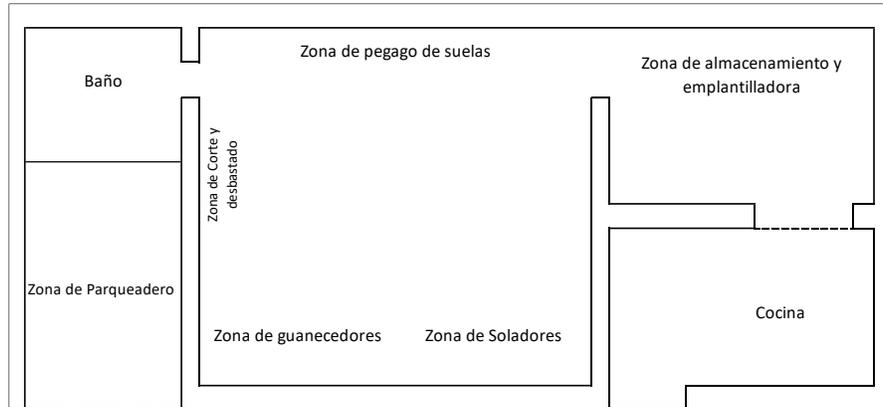
d. Tiempos y Movimiento

Teniendo en cuenta la capacidad instalada de RUNNES en este momento, se pretende establecer los tiempos de operación de cada una de las áreas que intervienen en la fabricación de un par de zapatos. Este análisis se desarrolló en una evaluación promedio de fabricación de un calzado estándar, en donde se enumeran cada una de las tareas a realizar y las áreas responsables de cada paso y de los demás factores, como son el tiempo de acción y secado de los productos químicos. Sin embargo, los tiempos pueden variar dependiendo de las características requeridas del producto, o las demoras en la adquisición de las materias primas.

6.2 Diseño de la planta

La empresa ya cuenta con un taller de fabricación de calzado. Esta cuenta con zonas determinadas para cada uno de los procesos necesarios para el procesamiento del producto, estas zonas van desde la zona de corte, en donde se comienza a cortar las piezas de cuero y demás piezas que hacen parte del corte, tales como forros, trompas y contrafuertes. Seguido esta la zona de guarnecedores que son los encargados del armado de las piezas con costuras, la colocación de herrajes, cremalleras y remaches. (si aplica). Luego de esto encontramos la zona de los soladores que son los encargados de apoyar los cortes entregados desde el área de guarnición en hormas para calzado, que son la moldura que tendrá la figura o el estilo final del zapato, el cual pasa posteriormente a la zona de pegado de suelas. Finalmente, al área de emplantillado y almacén que es el área designada para el almacenamiento de materias primas, pero también de la recopilación de los pedidos listos para ser entregados. Estas zonas están físicamente delimitadas así:

Figura 23 *Planta Física*



Nota. Imagen de las zonas de la planta física de producción Fuente. Propia

6.3 Recursos necesarios para la operación óptima

Figura 24 *Recursos necesarios para la operación*

	Cantidad	Descripción	
Mano de obra	1	Emplantilladora	
	1	Solador	
	1	Guarnecedor	
	1	Cortador	
Maquinaria y mobiliario	1	Mesa de cortar	
	1	Maquina de guarnicion	
	3	Estanteria	
	1	Horno de calentamiento	
	1	maquina de pegado de suelas por presion	
	1	Maquina desbastadora de cuero	
	1	Pulidora de dos brazos	
	4	Sillas de zapateria	
	Materiales	N/A	Disolventes
		N/A	Pegantes
N/A		Activadores	
N/A		Cueros	
N/A		Forros	
N/A		Cremalleras	
N/A		Remaches	
N/A		Hormas	
N/A	Plantillas		
N/A	Cordones		

Nota. Lista de los recursos necesarios para producción de calzado a medida Fuente. Propia

7. Análisis Financiero

7.1 Proyección de ventas

a. Tamaño del mercado

Como vimos en un apartado anterior, y tal como manifiesta (Portafolio.co, 2022) la compra de zapatos para el primer semestre del 2022 fue de 1,96 billones de pesos, con un crecimiento del 11% con respecto del año anterior. Por lo anterior, vemos una gran oportunidad en el mercado, debido a que va aumentando favorablemente. Por lo que se puede deducir que esta entre un aproximado a 980 millones de pares de zapatos vendidos, con el valor promedio de 200.000 pesos cada uno.

b. tabla de proyección de ventas y justificación

La siguiente es la proyección de ventas por año, esta información fue obtenida de la encuesta formulada, en donde los encuestados manifestaron la frecuencia con la que compraban sus zapatos y su equivalencia en veces al año. Esto nos dio un total de 853 pares de zapatos proyectados.

Tabla 10 Proyección de ventas al año

Frecuencia de compra	Cantidad	Equivalente
Anualmente	43	43
Semestralmente	53	106
Trimestralmente	41	212
Mensualmente	59	492
Total general	196	853

Nota. Tabla proyección de ventas tomada de los encuestados Fuente. Propia

c. Participación del mercado

Teniendo en cuenta el tamaño del mercado para el 2022. La proyección de ventas es de 853 pares anuales, un promedio de 71 pares mensuales; por lo tanto, se estima una participación del 0,008% total. Sin embargo, se espera una participación de por lo menos el 0,010% para el segundo año.

d. Política de Cartera

RUNNES es una pequeña empresa que la cual tiene establecidos lineamientos de aplicabilidad para transacciones clasificadas como efectivo o equivalentes a efectivo. A continuación, se detallan los términos establecidos para las cuentas por cobrar de la empresa:

- Las cuentas por cobrar a personas naturales tendrán un término de pago no superior a los 30 días después de haber realizado la entrega del producto.
- Las cuentas por Cobrar la Empresas tendrán un término de pago no superior a los 60 días después de haber realizado la entrega del producto.

Estos dos escenarios se contemplan debido a la naturaleza de la empresa y a las dinámicas trabajadas, para todos los casos se cobra una parte inicial para empezar el trabajo y el restante contra entrega. Sin embargo, para casos especiales, se deben tener en cuenta los periodos antes mencionados.

7.2 Inversión y financiación

a. Costos y gastos de operación.

Costos Directos: Los costos directos para la nueva línea de mercado están contemplados para un par de zapatos estándar, sin embargo, cada uno de los zapatos por sus especificaciones,

puede variar sea el caso. Además, se establece la cantidad de 71 pares mensuales según la proyección de ventas por año.

Tabla 11 *Tabla de Costos directos de fabricación*

Costos Directos Mensuales						
Descripción	Material	medida	Cantidad	precio unitario		Valor total mensual
Capellada	Cuero	pies	5	\$	25.000	\$ 1.775.000
Forro	Badana	metros	0,05	\$	5.000	\$ 355.000
Suelas	TR o caucho	Par	1	\$	30.000	\$ 2.130.000
Plantilla	Odena	Par	1	\$	3.000	\$ 213.000
Puntillas	Metal	3/4	0,025	\$	500	\$ 35.500
Punteras y contrafuertes	Fibra	metros	0,025	\$	1.000	\$ 71.000
Accesorios	Metal o tela	Unidades	2,00	\$	1.500	\$ 106.500
Hilos	Cono	Gramos	1,00	\$	500	\$ 35.500
Pegantes	Químicos	Botella	0,025	\$	1.000	\$ 71.000
Disolventes	Químicos	Botella	0,025	\$	1.000	\$ 71.000
				\$	68.500	\$ 4.863.500

Nota. Tabla costos directos de fabricación Fuente. Propia

Costos Indirectos: Para la nueva línea de mercado están contemplado la contratación de 2 operarios con salarios Integrales Mensuales de \$1.400.000 y 1 ortopedista por \$1.000.000.

Tabla 12 *Costos Indirectos de Fabricación*

Costos Indirectos Mensuales	
Descripción	Valor neto mensual
Nomina 3 empleados	\$ 3.800.000
Arriendo	\$ 700.000
Total mensual	\$ 4.500.000

Nota. Tabla costos indirectos de fabricación Fuente. Propia

Gastos operacionales: Los gastos operacionales se contemplan el pago de servicios públicos y el pago de referidos.

Tabla 13 *Tabla de Gastos Operacionales*

Gastos Operacionales	
Descripción	Valor neto mensual
Pago de Referidos y publicidad	\$ 250.000
Energía	\$ 100.000
Acueducto	\$ 200.000
Gas Domiciliario	\$ 26.353
Internet y Telefonía	\$ 70.000
TOTAL MENSUAL	\$ 646.353

Nota. Tabla costos indirectos de fabricación Fuente. Propia

b. Balance General

A continuación, se presenta el balance general obtenido del año 2021 con un estimado para el año 2022. Este estimado se tomó con un incremento del 12.06% que corresponde al Índice de Precios al Consumidor (IPC) proyecta para el año 2022, tomado de (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021).

Tabla 14 Balance General

CALZADO RUNNES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

	2021	2022
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
Efectivo	\$ 10.506.853	\$ 11.773.980
Cuentas por cobrar	\$ 364.000	\$ 407.898
Inventario	\$ 385.000	\$ 431.431
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 11.255.853	\$ 12.613.309
Planta y equipo	\$ 7.671.000	\$ 8.596.123
ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 7.671.000	\$ 8.596.123
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 7.671.000	\$ 8.596.123
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 18.926.853	\$ 21.209.432
PASIVOS Y PATRIMONIO		
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
Cuentas por pagar	\$ 5.466.020	\$ 6.125.222
documentos por pagar	\$ 1.350.000	\$ 1.512.810
PASIVOS CORRIENTES TOTALES	\$ 6.816.020	\$ 7.638.032
PASIVOS NO CORRIENTES		
Prestamos a largo plazo	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 0	\$ 0
TOTAL DE PASIVOS	\$ 6.816.020	\$ 7.638.032
PATRIMONIO		
Acciones comunes y superávit pagado	\$ 8.088.833	\$ 9.064.346
Utilidades retenidas	\$ 4.022.000	\$ 4.507.053
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 12.110.833	\$ 13.571.399
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 18.926.853	\$ 21.209.431

Nota. Balance General años 2021 y 2022 Fuente. Propia

b. Plan de inversión

Tabla 15 Plan de Inversión Total

Plan de Inversion			
Descripción	Inversión Total	Fondos Propios	Apalancamiento
Fijas			
Mobiliario	\$ 264.000	\$ 264.000	\$ -
Subtotal	\$ 264.000	\$ 264.000	\$ -
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 6.165.833	\$ 6.165.833	\$ -
Efectivo	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ -
Subtotal	\$ 7.165.833	\$ 7.165.833	\$ -
Total Inversión	\$ 7.429.833	\$ 7.429.833	\$ -
Participación	100%	100%	0%

Nota. Tabla Plan de Inversión Fuente. Propia

Tabla 16 Plan de Inversión Mobiliario

Plan de Inversión Mobiliario			
Descripción	Cantidad	Costo Unitar	Inversión tot. Proveedor
Silla de zapatería	2	\$ 45.000	\$ 90.000 H Rios SAS
Estantería	2	\$ 87.000	\$ 174.000 H Rios SAS
Total	4	\$ 132.000	\$ 264.000

Nota. Tabla Plan de Inversión del Mobiliario Fuente. Propia

d. Flujo de caja proyectado a 5 años

Flujo de caja Proyectado a 5 años con un incremento del el 12,06% que corresponde al Índice de Precios al Consumidor (IPC) proyectado para el año 2022.

Tabla 17 Proyección de 5 años para el flujo de caja

	FLUJO DE CAJA				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingreso	\$ 144.840.000	\$ 162.307.704	\$ 181.882.013	\$ 203.816.984	\$ 228.397.312
Costos y Gastos	\$ 61.756.237	\$ 69.204.040	\$ 77.550.047	\$ 86.902.582	\$ 97.383.034
	-\$ 10.009.853	\$ 83.083.763	\$ 93.103.664	\$ 116.914.402	\$ 131.014.278

Nota. Tabla Proyección de Flujo de caja de 5 años Fuente. Propia

7.3 Evaluación de proyecto

a. VAN

El valor actual neto mensual del negocio proyectado a 5 años adelante es de **\$ 333.220.045**

b. TIR

La tasa Interna de Retorno proyectado a 5 años adelante es de **842,06%**

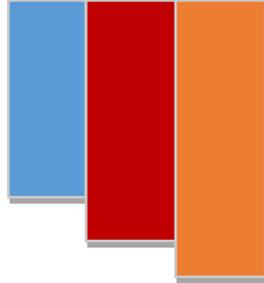
c. Liquidez

Para todos los casos que presentamos a continuación, vemos que RUNNES tiene una mayor solvencia en sus activos, por lo que se puede determinar que es una empresa cuenta con una buena administración de sus recursos y no puede hacer inversiones sin necesidad de acudir a terceros.

Tabla 18 Razones de Liquidez

Razones de Liquidez	Resultado	Interpretación
Liquidez Corriente	158%	La empresa RUNNES puede cubrir sus pasivos a corto plazo con sus activos corrientes.
Liquidez Rápida	152%	La empresa RUNNES puede cubrir sus obligaciones sin tener que recurrir a la venta de sus inventarios.
Capacidad de Endeudamiento	37%	La empresa RUNNES ha financiado sus activos en un 37% con dinero de terceros.

Nota. Tabla de razón de Liquidez e interpretación Fuente. Propia



d. Rentabilidad

La nueva línea de Mercado que se pretende impulsar tiene una rentabilidad del 18% por cada par de zapatos vendido.

Tabla 19 *Rentabilidad del Negocio*

RENTABILIDAD		
Costos Directos	\$	68.500
Total CIF	\$	63.380
Gastos de Operación	\$	7.882
total Costos y gastos	\$	139.763
Total Promedio de Venta	\$	170.000
Utilidad Neta	\$	30.237
Promedio % de Ganancia		18%

Nota. Tabla Rentabilidad del Negocio Fuente. Propia

e. Punto de equilibrio

El valor total de costos y gastos mensuales para esta nueva línea de mercado es de \$10.009.853 por lo que se deben vender por lo menos 59 pares mensuales a \$ 170.000.

Tabla 20 *Punto de equilibrio*

Punto de Equilibrio		
Descripcion		Valores
Costo de 71 pares mensuales	\$	4.863.500
Costos indirectos + gastos	\$	5.146.353
Total Costos + Gastos	\$	10.009.853
Costo de venta unidad	170.000 \$	10.009.853
	59 pares mensuales	
Total Costos y gastos - Ventas	\$	-

Nota. Tabla del mínimo de ventas sobre los costos y gastos Fuente. Propia

7.4 Impactos

a. Impacto económico

Según (FenalcoAntioquia.com, 2021) dice que el sector del calzado fue uno de los más afectados por la pandemia, debido al trabajo en casa y la virtualidad, lo que produjo una reducción en ventas. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, este sector como otro ha mostrado un crecimiento favorable de hasta el 11%. Por lo anterior, el proyecto se muestra de manera positiva frente a la economía del país, debido a la manufactura, influencia positiva en el crecimiento de mercado y la recuperación post pandemia.

b. Impacto social

El Proyecto impulsará la creación de nuevos empleos en la ciudad de Bogotá, además va directamente ligado a la salud podológica de los ciudadanos, que, por temas de salud y comodidad, precisan de unos zapatos que les brinda la posibilidad de llevar a cabo sus labores cotidianas de una manera normal.

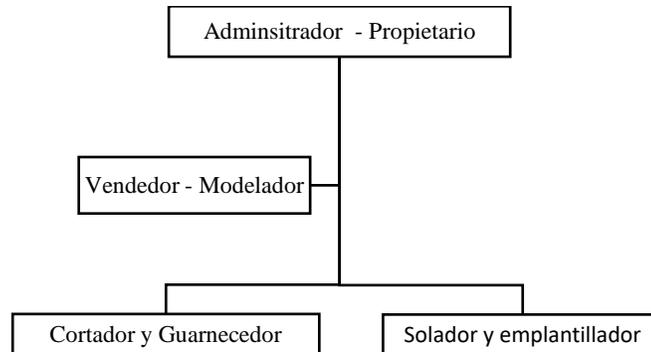
c. Impacto ambiental

La nueva línea de mercado establecida bajo este proyecto, y tal como viene haciendo RUNNES, quien se esfuerza por el buen uso y manejo de materias primas no renovables, mediante técnicas de reutilización y ahorro de estas. Además, al tratarse de una fabricación 90% manufacturera, se hace innecesario el uso desmedido de energía eléctrica.

8. Estructura Organizacional

8.1 Organigrama y perfiles

Figura 25 Organigrama



Nota. Figura del organigrama de la empresa Fuente. Propia

Perfiles

Administrador - Propietario:

- Será una persona capaz de organizar, planear y controlar el recurso humano y financiero.
- Deberá garantizar una gestión adecuada del presupuesto mensual y hace buen uso de este.
- Dirigir y coordinar y supervisar las labores de las personas a cargo, a fin de estimular a la creación de hábitos y costumbres que conlleven a una atención de calidad a los clientes a fin de fidelizarlos y aumentar las ventas.
- Además, será el encargado de la soldadura y emplantillado.
- Persona con amplia experiencia en la fabricación de calzado:
- Deberá controlar las entradas de nuevos servicios y entregar la información de manera oportuna al vendedor, el a su vez podrá estipular los tiempos de entrega.
- Garantizar la calidad del producto entregado, en cuanto a pegado y arme.

- Dara cumplimiento a las fechas y horas establecidas al cliente, a fin de que la entrega se haga oportunamente y no tengan contratiempos.
- Informará de manera inmediata al vendedor acerca de imprevisto que pudieran perjudicar el cumplimiento de los tiempos de entrega.
- Hace limpieza de los zapatos.
- Empaque y alistado de pedidos

Cortador y guarnecedor

- Persona con amplia experiencia en el uso de máquina de guarnición de codo.
- Persona con alto conocimiento en el uso de cueros y materiales para calzado y marroquinería
- Hace las costuras de las capelladas con los forros.
- Desbastado de cuero y arme de los cortes

Vendedor Modelador y diseñador

- Profesional con alta experiencia en temas de podología. Además, deberá:
- Organizar la presentación de los productos a vender.
- Contar con un catálogo actualizado, con los productos servicios que podemos ofrecer.
- Examinar los clientes, hacer la toma de medida.
- Procesar la entrega de los pedidos.
- Ofrecer al cliente una información clara y directa acerca del producto servicio ofertado, de manera que el cliente conozca perfectamente las condiciones de uso y demás información que pueda generarse.
- Entregar, tiquetes y facturas al cliente.
- Estimas fechas de entrega y demás condiciones que crea apropiado.

- Organizar las instalaciones de almacenamiento y productos por entregar.
- Ofrecer al cliente los productos o servicios que tenemos disponibles, hacer seguimiento ONE-to-ONE a cada cliente, a fin de establecer un contacto más cercano del cliente.
- Realizar la toma de pedidos, sugerencias y demás información del cliente hacia nuestro producto y deberá informar de inmediato al Administrador.
- Garantizar la satisfacción del cliente.

8.2 Constitución de empresa y aspectos legales

a. Normatividad empresarial (Construcción de empresa)

Sociedad de hecho: Se realizó el trámite respectivo a ante la cámara de comercio, con fundamento en las matrículas de registro mercantil el 17 de marzo de 2008, quien a su vez le asigna el NIT:52031336-1, con el nombre RUNNES CALZADO en la ciudad de Bogotá DC con la actividad principal de Fabricación y Comercialización de Calzado.

b. Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

RUNNES, por sus características antes dadas adquiere la calidad de comerciante por desarrollar la actividad mercantil de comercio de calzado, sin embargo, sigue ejerciendo como persona natural y se le asignó un NIT el cual es número de la cédula, más un dígito al final. Esta fue conformada con patrimonio netamente familiar, el cual demostró un patrimonio inicial de \$923.000 aunque por su naturaleza, no es necesario demostrar un capital para poder comenzar su actividad. Debe llevar el libro fiscal como único requisito y no está obligado a declarar renta, a menos que supere los montos establecidos según la ley en vigencia.

Concepto de Uso de Suelos: RUNNES no tiene un establecimiento comercial.

Invima: RUNNES no requiere esta certificación debido a que su actividad económica no lo estipula.

Certificado de SAYCO y ACINPRO: La Actividad de RUNNES no requiere de este certificado.

c. Normatividad laboral.

RUNNES no tiene estipulados ninguna normatividad en cuanto a los contratos, por lo que su contratación se hace de manera informal, por obra labor, para el cual se ha dispuesto un pago de servicios mensuales de \$1.400.000 para dos operarios y 1.000.000 para el asociado en la tienda de ortopedia.

El presente reglamento interno del trabajo fue escrito por la empresa RUNNES con el fin de definir criterios a los cuales quedan sometidos tanto la empresa como sus trabajadores. Por lo tanto, hace parte de los contratos suscritos ente el empleado y el empleador y tiene vigor una vez se realice su firma. Además, es importante recalcar que previo al ingreso de nuevo personal se deben conocer los derechos y obligación y dar plena aceptación a estos.

Condiciones de Admisión

- Se tendrá en cuenta las referencias del clasificador del cargos y selección de personal que estén vigentes
- El postulante a cargos de la empresa debe suministrar toda la documentación legal que esta solicite, tales como: Documentos de identidad y experiencias laborales.
- El Nuevo trabajador recibirá una vez se haga su ingreso oficial, una lista de tareas detallada, acta de entrega de los bienes entregados si aplica y otras instrucciones o recomendaciones que se crean convenientes a la hora de su ingreso y que hagan parte natural de su labor.
- Todo empleado nuevo recibirá de manera escrita este reglamento interno, a fin de que conozca sus derechos y obligaciones, quien a su vez se compromete a su cumplimiento.

Horarios y asistencia al trabajo.

- La jornada ordinaria de trabajo es de 8 horas diarias de lunes a viernes de 8 am a 6pm con una hora del almuerzo y los sábados de 8am a 12pm.
- Los horarios serán variados o modificados según instrucciones de RUNNES.
- Todos los trabajadores deben iniciar sus labores de manera puntual.
- Cada ingreso y salida de trabajadores se hará mediante el registro diario.
- Se considera inasistencia injustificada:
 - A) La no asistencia al trabajo sin causa justificada.
 - B) Abandonar la empresa antes de los horarios de salida.
 - C) El ingreso tardío de más de 15 minutos.
 - D) El abandono del puesto para atender asuntos ajenos al trabajo.
- Los permisos para la atención de asuntos personales deben solicitarse de manera escrita, y deben estar autorizados y supervisados por RUNNES.
- Los permisos por temas de salud deben ser justificados y soportados por una incapacidad expedida por un doctor de la Empresa Prestadora de Servicios de Salud, a la cual el empleado este afiliado.
- Se otorgan permisos especiales por:
 - A) Calamidad familiar (fallecimientos) se otorgan 5 días o según ley en vigencia
 - B) Por licencia de maternidad y paternidad. según ley en vigencia
 - C) Por matrimonio se otorgan 5 días o según ley en vigencia.
 - D) Por notificación Judicial (según el tiempo que dure la diligencia)
 - E) Licencias no remuneradas, se otorgarán con el fin de que el empleado pueda atender asuntos personales.

Derechos de los Empleados

- Recibir la remuneración de manera oportuna y dentro de los plazos establecidos.
- Ser tratado con respeto por sus compañeros y supervisores.
- A ser atendido de manera reservada en asuntos personales con así lo requiera.

Obligaciones de los Empleados

- Respetar niveles jerárquicos dentro de la empresa.
- Asistir en condiciones presentable, higiénicas y de manera puntual según los horarios establecidos.
- Hacer entrega de las labores asignadas durante el día y las fechas estipuladas por el jefe inmediato.
- Cumplir con las medidas de higiene y seguridad ocupacional.
- Hacer buen uso de los implementos y la dotación entregadas.
- Cumplir a cabalidad el Reglamento Interno del Trabajo. Comunicara de manera inmediata a su supervisión y si evidencia una violación de este.
- No salir en horarios laborales sin permiso del supervisor.

Normas de conducta

- No ingerir bebidas alcohólicas durante el horario laboral.
- No Consumir ningún tipo de sustancia alucinógena antes ni durante la jornada laboral.
- Hacer buen uso de las herramientas.
- Hacer buen uso de la dotación, dentro y fuera de las instalaciones de la empresa RUNNES.
- Asistir presentable e higiénicamente al trabajo.
- Garantizar la limpieza de su puesto de trabajo.

d. Registro de marca – Propiedad intelectual

La empresa RUNNES no está interesada en realizar el registro de marca.

e. Clasificación CIU

La clasificación industrial internacional uniforme de las actividades (CIU REV 3 AC) donde se cataloga RUNNES es **1929** Fabricación de calzado NCP según registro en el 2010 ante cámara y comercio por la empresa.

8.3 Gastos de puesta en marcha.

Para la formalización del micronegocio no se tienen gastos estimados, debido a que RUNNES manifiesta que no esta interesada en hacer ningún trámite para ello.

9. Conclusiones

Una vez se realizó el análisis de todos los aspectos que conllevaba la creación de una nueva línea del calzado para RUNNES, la cual tiene el propósito de ofrecer un producto que ayude a mitigar y a sobrellevar dolencias y patologías de los pies en personas mayores de 30 años de la ciudad de Bogotá; se determina que es viable constituir de manera real este nuevo producto, debido a que como pudimos ver que se trata de un problema que es muy común y que para el cual no se tiene contemplada mucha oferta que satisfaga las necesidades de estos clientes.

Adicionalmente, pudimos analizar que, para la puesta en marcha, RUNNES posee toda la experiencia y la capacidad instalada para la implementación. Además, cuenta con bases administrativas y una estructura financiera muy bien diseñada, que permitiría incluir este proyecto a su catálogo.

Referencias

- al, L. L. (2018). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-82612018000100007.
- Andes, Clinica Universidad de los. (2022). <https://www.clinicauandes.cl/noticia/cuales-son-los-problemas-mas-frecuentes-en-los-pies-de-las-mujeres#:~:text=%C2%BF%Cu%C3%A1les%20son%20los%20problemas%20m%C3%A1s,calzado%20estrecho%20y%20con%20taco>.
- Bogota, C. d. (s.f.). <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1906/Impacto%20economico%20del%20TLC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Camara de Comercio de Bogota. (2007). <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1906/Impacto%20economico%20del%20TLC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Camara de Comercio de Bogota. (2022). <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2022/Febrero/Desde-ACICAM-se-proyecta-un-incremento-de-5-en-produccion-del-sector-calzado>.
- Camara de Comercio de Bogota. (2022). <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2022/Febrero/Desde-ACICAM-se-proyecta-un-incremento-de-5-en-produccion-del-sector-calzado>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2021). *Indice de Precios al Consumidor*.
Obtenido de <https://sitios.dane.gov.co/ipc/visorIPC/#/>
- El Espectador. (2021). <https://www.elespectador.com/economia/empresas/materiales-sostenibles-pisan-con-fuerza-en-el-calzado-nacional/>.

FenalcoAntioquia.com. (2021). *Sector calzado, uno de los más perjudicados por la pandemia.*

Obtenido de <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/sector-calzado-uno-de-los-mas-perjudicados-por-la-pandemia/>

Flores, E. N. (2020).

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=obesidad+pies&btnG=&oq=

Garcia, R. (2012). <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/29537>.

Gomez, L., Vasquez, S., & castaño, P. (2018).

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-82612018000100007.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=obesidad+pies&btnG=&oq=

(2020).

La Republica. (julio de 2022). <https://www.larepublica.co/economia/una-persona-gasta-mas-de-26-dias-al-ano-en-transportarse-por-las-calles-de-bogota-2530154>.

Lopez, D. (2010). Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/7358>

Lopez, D. (2010). López, D., García-Mira, R., Alonso, F., & López, L. (2010). *Análisis del perfil y estilo de vida de las personas con patologías de los pies. Rev Int De Cien Podol*, 4(2), 49-58.

Medica, S. E. (2022). <https://piper.espacio-seram.com/index.php/seram/article/view/9250>.

MedicalNewsToday. (S.F). <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/10-problemas-comunes-en-los-pies#juanetes>.

- Moreno, R. (agosto de 2020). <https://reginaromero.com/blogs/reginaromero/breve-historia-del-calzado>. Obtenido de <https://reginaromero.com/blogs/reginaromero/breve-historia-del-calzado>
- Narvárez Álvarez, K. (2022). *El comercio digital ha mostrado un evidente crecimiento durante los últimos años, el uso de los canales digitales para comprar, vender, pagar y realizar transacciones es cada vez más usual en el mercado global.* .
- Observatorio de Bogota. (2022). *Demografía y Salud*. Obtenido de <https://saludata.saludcapital.gov.co/osb/index.php/datos-de-salud/demografia/piramidepoblacional/>.
- Observatorio de Desarrollo Económico. (2014). <https://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-exterior/sectores-productivos-sensibles-los-tlc-parte-1>.
- Perez, J., & Gardey, A. (2017). <https://definicion.de/calzado/>.
- Pico, A. M. P., Álvarez, E. M., González, M. A. G., González, M. I. A., & Acevedo, R. M. (2020). *Cambios en la estática y dinámica de los pies de pacientes con obesidad mórbida tras la cirugía bariátrica. Revista española de podología, 31(1), 11.* (s.f.).
- Portafolio.co. (2022). *Compra de zapatos en hogares fue de \$1,69 billones en primer semestre*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/compra-de-zapatos-en-hogares-fue-de-1-69-billones-en-primer-semestre-568412>
- Reyes-Vasquez, j., Aldas-Salazar, D., Morales-Perrazo, L., & García-Carrillo, M. (2016). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000100003.
- Roman, N. (2004). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/891>.

Sectorial. (2022). Obtenido de <https://www.sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado-itemlist/item/504182-las-exportaciones-nacionales-del-sector-calzado-cuero-y-marroquiner%C3%ADa-llegaron-a-69-paises-en-2021>

Sectorial.co. (2022). <https://www.sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado-itemlist/item/504182-las-exportaciones-nacionales-del-sector-calzado-cuero-y-marroquiner%C3%ADa-llegaron-a-69-paises-en-2021>.

Sectorial.co. (marzo de 2022). <https://www.sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado-itemlist/item/504182-las-exportaciones-nacionales-del-sector-calzado-cuero-y-marroquiner%C3%ADa-llegaron-a-69-paises-en-2021>. Obtenido de <https://www.sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado-itemlist/item/504182-las-exportaciones-nacionales-del-sector-calzado-cuero-y-marroquiner%C3%ADa-llegaron-a-69-paises-en-2021>

Sectorial.co. (julio de 2022). <https://www.sectorial.co/informativa-cuero-y-calzado-itemlist/item/556231-consumo-de-calzado-primer-semester-colombia#:~:text=Written%20by%20Sectorial-,Hogares%20Colombianos%20Gastaron%20%241%2C69%20Billones%20en%20Calzado,el%20Primer%20Semestre%20de%202020>.

Servicio Nacional de Aprendizaje. (mayo de 2021). <https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=4838>.

Universidad Tecnica de Ambato. (2021). <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/32260>.

Whitney, K. A. (2021). <https://www.msmanuals.com/es-co/hogar/trastornos-de-los-huesos-articulaciones-y-m%C3%BAsculos/problemas-del-pie/dolor-en-las-articulaciones-metatarsianas>.

